

# **UPAYA NORMALISASI STIGMA PADA JOKO WIDODO MELALUI FRAMING MEDIA**

**(Analisis Teori Erving Goffman Normalisasi Stigma dan Analisis Framing pada Media  
Televisi Swasta Nasional Metro TV dan CNN Indonesia)**

## **TESIS**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Derajat Gelar S-2  
Program Studi Magister Sosiologi**



**Disusun oleh :**

**RO'IDAH AFIF RAMADLANI  
NIM : 201710270211008**

**DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
APRIL 2020**

# SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **RO'IDAH AFIF RAMADLANI**

NIM : **201710270211008**

Program Studi : **Magister Sosiologi**

1. TESIS dengan judul : **UPAYA NORMALISASI STIGMA PADA JOKO WIDODO MELALUI FRAMING MEDIA (Analisis Teori Erving Goffman Normalisasi Stigma dan Analisis Framing pada Media Televisi Swasta Nasional Metro TV dan CNN Indonesia)** Adalah karya saya dan dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.
2. Apabila ternyata dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia Tesis ini **DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tesis ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 6 April 2020  
Yangmenyatakan,



**RO'IDAH AFIF RAMADLANI**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan ridhoNya penulis dapat menyelesaikan karya tulis dalam bentuk tesis ini tepat waktu. Shalawat dan salam selalu diberikan kepada Nabi Besar Muhammad Shalallahu alaihi wa salam. Tesis yang berjudul “Upaya Normalisasi Stigma Pada Joko Widodo Melalui Framing Media (Analisis Teori Erving Goffman Normalisasi Stigma Dan Analisis Framing Pada Media Televisi Swasta Nasional Metro Tv Dan CNN Indonesia)” disusun sebagai persyaratan akademik guna mencapai gelar Magister Sosiologi pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa selama perkuliahan maupun sampai dengan penulisan tesis ini tidak dapat memperoleh hasil yang memuaskan jika tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah dengan sabar membantu penulis hingga tesis ini selesai. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Vina Salviana D. S, M. Si dan Dr. Rinikso Kartono, M. Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bantuan, masukan dan bimbingan yang sangat berharga hingga terselesaikannya tesis ini.
2. Prof. Dr. Ishommudin, M. Si dan Dr. Budi Suprpto selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran dan masukan yang membangun dalam penyusunan dan penyempurnaan tesis ini.
3. Staf Administrasi dan TU Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang atas segala bantuan yang diberikan
4. Kedua Orangtua penulis, Alm. Bapak Sunyata dan Ibu Wiwik Winarti, Nenek Sirepama, Suami tercinta Puji Darmawan, Mama Maryanti, Kakak Yuui, Tante Patmi

dan Om Lutfi Adi beserta seluruh keluarga penulis yang banyak member dukungan moral dan materiil yang tak ternilai dan tergantikan sampai kapanpun.

5. Teman-teman kelas Sosiologi baik Sosiologi komunikasi maupun pembangunan yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

6. Teman-teman STT Malang, Pasangan Rizky Maulitha, Tisha dan Agung, Bu Agni, Bu Ariesta, Bu Dewi, Neni Eka, Amritha, Putri Sekar, Debira, Widyana Andika, Erika Rosa, Andri Susanto yang tidak berhenti memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

7. Teman teman grup telegram Amnesia Id, tim Uri Podcast, Squad POD yang juga selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

8. Semua pihak yang telah membantu penulis hingga terselesaikannya tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga dengan amal dan budi baik yang diberikan kepada penulis semuanya mendapatkan pahala, rahmat dan berkah dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa tesis ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu saran kritik dan masukan penulis harapkan.

Malang, 6 April 2020

**UPAYA NORMALISASI STIGMA PADA JOKO  
WIDODO MELALUI FRAMING MEDIA**  
(Analisis Teori Erving Goffman Normalisasi Stigma dan Analisis  
Framing pada Media Televisi Swasta Nasional Metro TV dan CNN  
Indonesia)

Diajukan oleh :

**RO'IDAH AFIF RAMADLANI**

**201710270211008**

Telah disetujui

Pada hari/tanggal,.....

Pembimbing Utama

**Dr. Vina Salviana Darvina S, M.Si**  
Direktur  
Program Pascasarjana

**Prof. Akhsanul In'am, Ph.D**

Pembimbing Pendamping

**Dr. Rinikso Kartono, M.Si.**  
Ketua Program Studi  
Magister Sosiologi

**Prof. Dr. Dr., Ishomuddin, M.Si.**

# TESIS

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**RO'IDAH AFIF RAMADLANI**

201710270211008

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada hari/tanggal, 13 April 2020 dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan memperoleh gelar Magister/Sosiologi di Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang

## SUSUNAN DEWAN PENGUJI

<b>Ketua</b>	<b>:</b>	<b>Dr. Vina Salviana Darvina S, M.Si</b>
<b>Sekretaris</b>	<b>:</b>	<b>Dr. Rinikso Kartono, M.Si.</b>
<b>Penguji I</b>	<b>:</b>	<b>Prof. Dr. Ishomuddin, M. Si</b>
<b>Penguji II</b>	<b>:</b>	<b>Dr. Fauzik Lendriyono, M. Si</b>

## ABSTRAK

Kepemimpinan Presiden Joko Widodo dari periode 2009-2014 hingga pemilihan umum 2019-2024 tidak luput dari permasalahan isu-isu seperti Jokowi sebagai antek aseng, Jokowi anti Islam, Jokowi anak PKI, Jokowi Curang, Jokowi *black campaign* dan lain sebagainya hingga pada puncaknya muncul tagar #2019GantiPresiden di sosial media yang menandakan bahwa isu ini menurunkan elektabilitas Presiden Jokowi. Menjadi bagian dari koalisi pemerintah maka upaya normalisasi isu atau pada perspektif teori Goffman hal ini disebut sebagai upaya normalisasi stigma perlu dilakukan untuk menekan stigma tersebut kemudian jika bisa menghilangkannya. Dalam hal ini, media televisi menjadi kunci untuk mengupayakan normalisasi stigma. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pembingkai mengenai Presiden Jokowi pada televisi Metro TV dan CNN Indonesia dalam perspektif analisis *framing* Goffman sekaligus mencakup strategi normalisasi stigma menurut Goffman. Penelitian ini menggunakan pemikiran paradigma definisi sosial dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggabungkan dua teori Goffman yakni teori stigma dan teori analisis framing.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kacamata teori analisis *framing* Goffman telah melakukan upaya normalisasi stigma yakni *covering* berupa bahwa citra yang ditampilkan tentang Presiden Jokowi dengan pakaian putih, menunjukkan sosok kerapian, formalitas yang tidak berlebihan, sederhana dan fleksibel ;*information control* berupa pembatasan informasi hanya seputar visi misi, kampanye, program kerja, pencegahan pemberitaan *hoax* dan penyebaran isu dengan melakukan narasi himbauan untuk tidak percaya kepada pemberitaan *hoax* tersebut berulang-ulang serta melakukan tindakan ofensif berupa penangkapan tersangka penyebar berita *hoax*, ujaran kebencian dan penghinaan kepada Presiden; dan *passing* yakni bukan Presiden Jokowi yang berpindah akan tetapi memaksa orang lain yang awalnya oposan menjadi bagian dari pemerintahan dan ikut andil dalam keberhasilan upaya normalisasi stigma terhadap Presiden Jokowi.

**Kata kunci :** *Normalisasi, Stigma, Jokowi, Framing, Media Televisi*



## ABSTRACT

*President Joko Widodo's leadership from 2009-2014 to the 2019-2024 general election did not escape issues such as Jokowi's foreign stooge, Jokowi's anti-Islam, Jokowi's PKI children, Jokowi's cheating, Jokowi's black campaign and so on so that the peak has emerged # 2019 Replace the President in social media which indicates that this issue decreases the electability of President Jokowi. Being a part of the government coalition, the effort to normalize the issue or in the perspective of Goffman's theory is referred to as an effort to normalize stigma needs to be done to suppress the stigma then if possible to eliminate it. In this case, television media is the key to striving to normalize stigma. This research was conducted to find out how media's framing about President Jokowi on Metro TV and CNN Indonesia television in the perspective of Goffman's framing analysis as well as stigma normalization strategies. This research uses social definitions paradigm thinking with descriptive qualitative approach. This study combines two of Goffman's theories namely stigma theory and framing analysis theory.*

*The results of this study indicate that in the lens of Goffman's framing analysis theory has made an effort to normalize the stigma. First, covering the image shown by President Jokowi in white clothes, showing the figure of neatness, formality that is not excessive, simple and flexible; information control in the form of information restrictions only regarding vision and mission, campaigns, work programs, prevention of hoax reporting and dissemination of issues by conducting narrative appeals to distrust the news of the hoax repeatedly and taking offensive actions in the form of arresting suspects hoax news disseminators, expressions of hatred and contempt for the President; and passing, not President Jokowi who moved but forced others who were initially in opposite side to become part of the government and take part in this effort to normalize the stigma of President Jokowi.*

**Keyword :** Normalization, Stigma, Jokowi, Framing, Media Television



## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
1. PENDAHULUAN .....	1
2. KAJIAN PUSTAKA .....	
2.1 Paradigma Definisi Sosial .....	2
2.2 Stigma Sosial .....	2
2.3 Analisis <i>Framing</i> Model Erving Goffman .....	4
2.4 <i>Framing</i> Media .....	6
2.5 Realitas Sebuah Media Massa .....	7
2.6 Ideologi Media .....	7
2.7 Agenda <i>Setting</i> .....	8
2.8 Penelitian Terdahulu .....	8
3. METODE PENELITIAN .....	9
4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	
4.1 Profil Metro Tv dan CNN Indonesia .....	10
4.2 Hasil Penelitian .....	11
4.3 Pembahasan .....	15
5. PENUTUP .....	28
6. DAFTAR PUSTAKA .....	ix
7. LAMPIRAN .....	xii

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi mengenakan kopyah

Gambar 4.2 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi berdoa bersama Ma'ruf Amin

Gambar 4.3 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi menjadi imam sholat

Gambar 4.4 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi melaksanakan ibadah umroh

Gambar 4.5 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi sedang berkampanye

Gambar 4.6 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi sedang berkampanye

Gambar 4.7 Cuplikan video menggambarkan Jokowi sedang berkampanye

Gambar 4.8 Jokowi digambarkan dengan sosok sederhana, santai dan taat beragama

Gambar 4.9 Daftar Putar kanal Metro TV pada website youtube.com

Gambar 4.10 Daftar Putar kanal CNN Indonesia pada website youtube.com

Gambar 4.11 Siklus stigma pada tahun tahun politik



## A. PENDAHULUAN

Pemilihan umum atau biasa disingkat dengan pemilu, adalah salah satu momen per lima tahun yang sangat dinantikan oleh seluruh masyarakat. Salah satu calon Presiden yakni Joko Widodo maju kembali dalam Pemilu 2019 kali ini. Presiden Joko Widodo yang mempunyai *track record* sebagai Gubernur Solo, Gubernur DKI Jakarta serta Presiden Indonesia periode pertama kemudian ingin maju ke periode kedua. Presiden Joko Widodo akhirnya terpilih kembali atas penghitungan suara oleh KPU dengan persentase perolehan suara 55,5% mengalahkan pasangan calon Presiden Prabowo Subianto 44,5% (sumber dari detik.com).

Perjalanan Joko Widodo untuk maju menjadi calon Presiden tidaklah mudah. Banyak beredar di masyarakat mengenai isu-isu yang melibatkan beliau. Sebagai contoh isu bahwa beliau adalah PKI atau anak dari partai tersebut. Di situs pencarian global, wacana atau isu ini diposting, dikaji, dibagikan ulang hingga mencapai jumlah lebih dari tiga juta berita (sumber google.com). Pencarian wacana atau isu ini mengesampingkan jumlah postingan pada media sosial dan media daring yang penyebaran informasinya lebih cepat dibandingkan media mainstream. Isu selanjutnya yang diangkat adalah Jokowi antek aseng yang dapat ditemukan 82.000 berita, isu Jokowi anti Islam yang dapat ditemukan lebih dari 5.800.000 berita, Jokowi *black campaign* dengan jumlah lebih dari 500.000 berita, Jokowi curang berjumlah lebih dari 12 juta berita, Jokowi tidak bisa berbahasa Inggris sebanyak 7 juta berita dan masih banyak lagi (sumber google.com).

Menyikapi hal tersebut koalisi kepemimpinan Jokowi periode 2014 menindak lanjuti isu yang diberikan melalui framing media. Framing media ini bertujuan untuk melawan isu-isu yang diberikan kepada Presiden Jokowi. Melalui realitas yang dibangun oleh media, isu yang ada di masyarakat akan ditutupi atau membentuk citra baru. Diantara media mainstream yang membentuk *framing* Presiden Jokowi adalah Metro TV dan CNN Indonesia. Kepemilikan Metro TV oleh Surya Paloh yang merupakan pimpinan Partai Nasdem, salah satu partai koalisi dalam kabinet kerja Presiden Jokowi 2014 menjadi sebuah alasan yang kuat dipilihnya Metro TV pada penelitian ini. Sedangkan CNN Indonesia adalah

televisi berbasis berita yang bekerjasama secara internasional dibawah manajemen Trans Media kepemilikan Chairul Tanjung.

Pemilihan pemberitaan mengenai Presiden Jokowi yang akan diteliti dimulai bulan Februari 2019 hingga April 2019. Kedua televisi tersebut secara signifikan hanya memberitakan Presiden Jokowi selama menjelang pemilihan umum 2019. Berdasarkan fenomena tersebut peneliti ingin meneliti lebih jauh tentang pembingkaihan Presiden Jokowi selama menjelang Pemilu 2019 dalam prespektif *framing* media. Pemilihan kedua televisi yakni Metro TV dan CNN Indonesia untuk membandingkan pembingkaihan yang dilakukan. Maka, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pembingkaihan mengenai Presiden Jokowi pada televise Metro TV dan CNN Indonesia dalam prespektif analisis *framing* Goffman?

## **B. KAJIAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. KAJIAN TEORI**

#### **a. Paradigma Definisi Sosial**

Ritzer dalam bukunya, Weber mengatakan bahwa sosiologi sebagai studi tentang tindakan sosial. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa konsep Weber yakni tindakan social dan penafsiran. Manusia adalah individu berkesadaran dan berkehendak bebas untuk melakukan suatu tindakan. Tindakan yang dihasilkan diperoleh dari pemahaman realitas yang terjadi dalam kehidupannya sehari-hari.

#### **b. Stigma Sosial**

Goffman kemudian stigma membagi menjadi dua kategori, ada stigma yang discredited (didiskreditkan), stigma ini terjadi karena suatu perbedaan yang terlihat dan sangat signifikan oleh audience atau orang yang dianggap normal di masyarakat. Contoh dari stigma ini misalnya stigma yang terbentuk pada orang-orang yang mempunyai kekurangan seperti orang difabilitas, dimana “kekurangan” mereka yang terlihat membentuk stigma yang didiskreditkan. Yang kedua yaitu stigma discreditable (yang dapat didiskreditkan), artinya bahwa stigma tersebut akan muncul ketika ada perbedaan yang mungkin bisa diketahui

oleh audience namun tidak bersifat fisik, misalnya tentang perbedaan orientasi seks, atau agama.

Pada tulisannya Goffman juga menambahkan bahwa orang yang terstigma karena bentuk fisik maupun orang yang terstigma karena hanya perbedaan kepentingan, keduanya berusaha untuk melakukan normalisasi, upaya untuk “terlihat” seperti orang normal, jika itu adalah orang yang terstigma, atau jika orang terstigma karena perbedaan kepentingan, dia juga akan berusaha untuk menyangkal dan menunjukkan kebenaran atas tuduhan stigma padanya.

1. *Covering*. Pembahasan sebelumnya, Goffman menyatakan adanya informasi non verbal yang ditunjukkan kepada khalayak dalam bentuk symbol. Symbol-simbol ini bisa jadi adalah symbol yang merekat erat pada individu yang terstigma. Sebagai contoh, seorang polisi dengan memakai lencana, lencana adalah symbol; seorang preman dengan tato, cincin di jari kanan sebagai symbol pernikahan dan lain sebagainya. Sebagai upaya normalisasi, symbol-simbol tersebut harus dihilangkan atau ditutupi agar stigma yang menempel juga akan menghilang dan dengan mudah individu yang terstigma membaur dengan masyarakat.

2. *Informations Control*. Informasi yang paling relevan dalam studi stigma menurut adalah informasi tentang seorang individu tersebut. Goffman menyebut segala informasi yang berkenaan dengan individu adalah informasi sosial. Informasi ini dapat diperoleh dari pemikiran, perasaan maupun pesan yang disampaikan berupa verbal maupun non verbal kepada individu lain.

Pada proses normalisasi, individu yang terstigma akan berusaha keras untuk membatasi informasi verbal maupun non verbal untuk ditunjukkan kepada masyarakat. Hal ini ditujukan agar individu lebih mudah berbaur dengan masyarakat tanpa harus diketahui oleh masyarakat bahwa dirinya adalah individu terstigma.

3. *Passing*. Goffman menjelaskan tentang konsep passing melalui pernyataan “the question of passing has raised the issue of the-‘visibility’ of a particular stigma, that is, how well or how badly the stigma is adapted to provide means of communicating that the individual possesses it.” (Goffman, 1963). Goffman dalam Samtoso (2016) membagi stigma menjadi tiga jenis yakni abomination of

the body (ketimpangan fisik) yakni stigma yang berhubungan dengan kecacatan fisik seseorang, blemishes of individual character yaitu stigma yang berhubungan dengan kerusakan karakter seseorang, seperti pemabuk, pecandu dan lain lain, tribal stigma yakni stigma yang berhubungan dengan suku agama dan bangsa.

### c. Analisis Framing Model Erving Goffman

Goffman membagi sebuah fenomena menjadi “*reality*” dan “*fiction*”. Pertanyaan terbesar Goffman berdasar pada “*what’s going on here?*”. yang menghasilkan sebuah pembukaan rahasia-rahasia sosial yang menyelubungi dunia. Goffman melihat bahwa pada dasarnya tindakan manusia dalam kegiatan sosial tidak terlepas dari pengalamannya dalam menentukan sikap, namun juga representasi dari sebuah fiksi yang mungkin ditemukannya dalam kesehariannya, seperti film, novel dan lain lain.

1) *Primary Framework* atau Kerangka utama pada penelitian framing Goffman. Kerangka ini berhubungan dengan bagaimana manusia sebagai aktor menemukan, memahami dan memberi label pada suatu kejadian konkret. Pada kehidupan bermasyarakat, *primary framework* ini oleh Goffman (1974) dibagi menjadi dua yakni *natural framework* dan *social framework*. *Natural framework* berkaitan dengan peristiwa alam yang tidak berdasarkan atau ditentukan oleh faktor manusia seperti ramalan cuaca atau peristiwa bencana alam. Kerangka kerja ini dapat membantu menganalisis dan memahami peristiwa sosial dalam kehidupan dan hubungan antara kelompok-kelompok yang berbeda.

2). *Keying* atau bisa disebut kunci, atau inti dari pembukaan tabir ini bisa didapatkan dari petunjuk-petunjuk yang terlihat pada kurun waktu tertentu. Pada penjelasan sebelumnya mengenai kerangka kerja utama dalam melandasi suatu peristiwa, Goffman menyebutkan ada seorang *stuntman* yang secara sengaja atau tidak, mengisyaratkan sebuah petunjuk. Dari petunjuk tersebut, dapat dilihat bahwa bisa saja suatu kejadian, benar-benar terjadi atau hanya sebuah rekayasa sesuai dengan kecurigaan Goffman.

Goffman kemudian menyimpulkan ada lima hal yang terjadi di masyarakat. Pertama, bahwa masyarakat pada umumnya diyakinkan, bahwa suatu kejadian tersebut memang benar adanya, Kedua, kontes. Goffman percaya bahwa

studi menentukan *key* dari sebuah kejadian adalah dengan melihat apakah kejadian yang ditampilkan oleh media khususnya, adalah kontes atau drama, atau yang ketiga *ceremonial* semata. Keempat adalah *technical redoings*. Goffman menjabarkan bahwa pada sebuah drama atau pertunjukan yang penonton lihat adalah hasil dari latihan panjang. Jika yang dimaksudkan adalah sebuah media, maka bentuk tampilan yang disuguhkan adalah hasil dari proses produksi panjang, mulai dari penulisan skrip, kemudian pada saat proses eksekusi –shooting jika berbentuk video dan audio, pengetikan jika berbentuk cetak, hingga proses penyuntingan dan persetujuan pihak editorial. Yang terakhir adalah *regroundings*. Pada penjelasan *regrounding* ini Goffman mencontohkan permainan-permainan yang memiliki peraturan. Namun ada beberapa pemain tiba-tiba tidak mengikuti peraturan, yang terjadi adalah sebaliknya, mereka tetap menang. Goffman mengakui jenis *key* ini sangat merepotkan dibandingkan yang lain, karena partisipan melakukan hal yang berbeda dari pada yang lain dan sangat menonjol.

3). *Fabrication*. Dalam tulisan Goffman ini, *fabrication* diistilahkan dengan penipuan. Jika *key* menginginkan masyarakat menerima dan menyetujui untuk berpikir dan berprespektif yang sama atas suatu kejadian, maka *fabrication* adalah sebaliknya. Jika *key* telah dibuat secara sistematis dan terstruktur sebelumnya, kemudian munculah *fabrication* yang meruntuhkan seluruh kebenaran dan pemahaman yang telah dibangun sebelumnya. Dan seperti *keying*, *fabrication* bisa disusun sistematis dan bisa di transformasi ulang.

Goffman kemudian menjabarkan *fabrication* dalam bentuk lain. Pertama, tipuan yang bersifat main-main. Pemahamannya adalah bahwa korban atau individu sebagai penonton akan segera menerima lelucon yang diberikan. Sepanjang pertunjukan berlangsung, penipu yang sedang melakukan lelucon ini juga memberikan bukti-bukti yang dapat meyakinkan penonton dan mereka tidak sadar bahwa sebenarnya mereka sedang tertipu. Jenis yang kedua adalah *experimental hoax*, yakni hoax yang disusun secara sistematis dan bersifat metodologis, sehingga objek penelitian tidak menyadari apa yang sedang diuji dan bahkan tidak menyadari bahwa percobaan sedang berlangsung dalam bentuk apa pun. Ketiga, *training hoax* jika hal ini ada dalam lingkup pekerjaan. Goffman memberikan contoh mahasiswa kedokteran dan mata-mata intelejen. Seorang



mahasiswa kedokteran tingkat akhir bisa saja pergi ke rumah sakit, berpakaian dokter kemudian memeriksa pasien tanpa dicurigai, atau seorang mata-mata perusahaan audit pergi ke perusahaan yang dituju untuk melaporkan seberapa berantakannya laporan keuangan perusahaan tersebut. Yang perlu digaris bawahi adalah, individu yang melakukan *training hoax* ini, memang sudah terlatih, berkemampuan dan memiliki buku panduan sebagai pedoman.

Jenis yang keempat adalah apa yang disebut oleh Goffman sebagai *vital test*. Pada jenis ini Goffman mencoba untuk menjelaskan secara eksplisit bahwa wahyu atau sabda atau secara luas pemberian perintah adalah salah satu contoh hoax untuk menguji tentang keimanan, loyalitas dan bagaimana karakter mereka. Seperti memerintahkan untuk tidak memakan buah apel atau khuldi kepada Adam dan Hawa untuk menguji seberapa patuh mereka kepadanya, atau seperti pegawai personalia memberi pertanyaan aneh untuk mengetahui respon serta karakter calon pegawai yang melamar. Kemudian jenis yang kelima adalah *paternal construction*. Goffman menjabarkan tentang adanya keputusan untuk membuat tipuan dari para pekerja profesional yang ahli pada bidangnya, seperti pilot, medis, dan kepolisian. Jenis yang terakhir, disebutkan Goffman *fabrication that are purely strategic*. Disini Goffman menjabarkan bahwa *fabrication* jenis ini adalah jenis yang murni tanpa ada maksud lelucon, kontrol agar tidak menimbulkan *chaos*, atau bahkan untuk sekedar *test*. Atau dalam ranah media massa dan politik hal ini yang kemudian disebut dengan konsep *agenda setting*.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### a. Konsep Teori

#### 1). Framing Media

Eriyanto (2012) menjelaskan *framing* diartikan sebagai pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut

## 2). Realitas Sebuah Media Massa

Realitas sosial dibangun oleh masing-masing individu yang mana jurnalis adalah aktor. Sedangkan individu memiliki motif yang mendasari pembentukan realitas social. Jika dikaitkan dengan media massa, pembentukan realitas sosial yang terjadi di media massa adalah ciptaan dari masing-masing media massa yang memiliki pandangan, ideologi, serta visi misi sendiri berkaitan dengan perusahaan media yang tidak dapat dipengaruhi dari luar. Kemudian media massa tersebut membentuk sebuah realitas dalam pengemasan berita sehingga dapat diterima dengan wajar oleh khalayak. Realitas yang dibangun merupakan bentukan dari individu atau pada media mainstream adalah wartawan yang memiliki motif, pengalaman serta bias dan ideologi sebagai landasan pembentukan realitas sosial yang dirangkum menjadi sebuah berita.

## 3). Ideologi Media

Menurut pernyataan Piliang (2004: 133), terdapat dua kepentingan besar yang bekerja dibalik sebuah media, yaitu kepentingan ekonomi (*economic interest*) dan kepentingan kekuasaan (*power interest*). Hubungan antara kedua hal tersebut yang membentuk isi media (*media content*). Seperti yang di kemukakan Pilliang, bahwa kepentingan ekonomi dan kepentingan kekuasaan lah yang membentuk isi media. Media menyediakan konten untuk masyarakat, masyarakat pasar bagi pengiklan, dan pengiklan menyediakan dana untuk menutupi biaya operasional media. Maka kemudian munculah istilah ideologi media.

Jika dikaitkan dengan ideologi kepentingan politik pada saat berlangsungnya pemilihan umum maka Ranney (1990) menjabarkan ada dua ideologi dalam sikap politik, yakni liberalisme dan konservatisme. Liberalisme disini yang diangkat adalah liberalisme modern dimana masyarakat diberi kebebasan namun tetap terbatas, tidak sepenuhnya bebas. Pemerintah hanya ikut campur tangan mengenai masalah ekonomi namun tidak dengan kebebasan sosial. Sedangkan ideology konservatif, masyarakat menginginkan campur tangan pemerintah pada bisnis swasta dikurangi namun masyarakat tetap ingin pemerintah tetap melestarikan norma yang ada di masyarakat agar penganut liberalisme tidak secara radikal merubah kehidupan sosial.

#### 4) Agenda Setting

*Agenda setting theory* membicarakan tentang peran besar media massa dalam menentukan agenda orang-orang yang terkena informasi tersebut. Masyarakat menjadi terbiasakan dengan berita-berita yang disampaikan media, sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam pergaulan sehari-hari. Berita atau informasi yang disampaikan media tersebut bukan saja hanya sebagai ilmu atau pengetahuan bagi masyarakat, tetapi bahkan bisa mengubah gaya hidup, perilaku, ataupun sikap masyarakat.

#### b. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah tiga penelitian terdahulu yang sudah dikumpulkan sebagai referensi framing media dalam membentuk citra. Anggraeni dalam penelitiannya yang berjudul *Nazaruddin dalam Bingkai Media (Analisis Framing Nazaruddin pada Media Metro TV dan TV One)* menerangkan bahwa framing sendiri dapat dianggap sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang sangat khas sehingga memberikan porsi yang cukup besar daripada yang lain. Penelitian tersebut mengkaji lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan framing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi pembentukan framing adalah wartawan, rutinitas organisasi media dan ideology media.

Penelitian SBY dalam Pemberitaan Televisi Indonesia oleh Amri Dunan pada tahun 2014 menggambarkan dan menganalisis *framing* SBY secara verbal dan non verbal dalam pemberitaan televisi yakni Metro TV dan TV One sepanjang tahun 2013. Hasil dari penelitian ini terlihat terdapat tiga perspektif media yaitu SBY sebagai pribadi, politikus, dan presiden. Media cenderungewartakan dengan bias dan *ambigu*. Bias *framing* SBY juga dipengaruhi oleh landasan ideologi politik dari pemilik media televisi tersebut.

Sedangkan pada penelitian terakhir tentang Realitas Jokowi dalam Pemberitaan Kompas.com di Rubrik “Politik” oleh Sumardi Noviono pada tahun yang sama yakni tahun 2014 menekankan tentang Kompas.com yang selalu memproduksi berita positif tentang Presiden Jokowi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan realitas Kompas.com dalam memberitakan Presiden Jokowi

memunculkan citra baik dengan skrip yang tidak mengikuti pola 5W+1H. Secara tematik, pembuat berita memilih tema tentang kesederhanaan Presiden Jokowi dalam kalimat beritanya. Secara retorik, Kompas.com tidak memiliki penekanan namun di beberapa bagian berita memunculkan efek pusat perhatian pada Presiden Jokowi.

Perbedaan penelitian pertama dengan penelitian ini terletak pada subjek dan objek yang diteliti yakni subjek yang disorot adalah Nazaruddin dan objek media yang digunakan menjadi Metro TV dan CNN Indonesia. Perbedaan penelitian yang kedua terletak pada subjek dan objek yang diteliti subjek yang disorot adalah citra SBY Susilo Bambang Yudhoyono dengan citra Presiden Jokowi dan objek media yang digunakan menjadi Metro TV dan CNN Indonesia. Perbedaan pada penelitian ketiga adalah obyek penelitiannya. Pada penelitian ini, media yang diteliti adalah media televisi.

### **C. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pemikiran dari paradigma definisi sosial. Paradigma definisi sosial memahami manusia sebagai orang yang aktif menciptakan kehidupan sosialnya sendiri. Pertanyaan utama dari paradigma definisi sosial adalah pendefinisian sosial dari sebab akibat suatu aksi yang dilakukan oleh individu. Penelitian media dalam perspektif ini terutama diarahkan untuk bagaimana media membingkai seseorang yang diisukan di masyarakat/ dari pembingkai media tersebut diharapkan media dapat menjalankan fungsinya sebagai salah satu alat kontrol sosial dan memperbaiki atau membuat citra baru.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Rancangan deskriptif kualitatif digunakan untuk memperoleh gambaran yang jelas, objektif, sistematis, dan cermat mengenai fakta-fakta aktual dari sifat populasi. Kekualitatifan penelitian ini berkaitan dengan data penelitian yang tidak berupa angka-angka, tetapi berupa kualitas bentuk verbal yang berwujud tuturan.

Pada penelitian ini metode yang digunakan dalam mengumpulkan data diantaranya Observasi dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis pembingkai Presiden Jokowi pada Metro TV dan CNN Indonesia dari sumber youtube.com dan dokumentasi media youtube.com kanal akun Metro

TV dan CNN Indonesia. Dokumentasi yang dikumpulkan juga berupa jurnal, catatan, foto dan lain sebagainya.

Teknik pemilihan obyek pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dimana peneliti memilih Metro TV dan CNN Indonesia sebagai media yang akan diamati. Kedua televisi tersebut adalah televisi dengan basis berita, namun peneliti memiliki kecurigaan setelah ditemukan fakta bahwa selama pemberitaan menjelang pemilihan umum, televisi tersebut memberitakan Presiden Joko Widodo lebih banyak daripada lawan politiknya. Peneliti ingin mengetahui lebih jauh tentang landasan dan ideology apa yang digunakan untuk membentuk realitas dalam pembingkaiannya sosok Presiden Joko Widodo ditengah-tengah penyebaran isu mengenai beliau.

Dalam tahap ini, isu yang dibahas adalah berita mengenai Jokowi menjelang pemilihan umum yang dibatasi dari Februari hingga April 2019 pada Metro TV dan CNN Indonesia melalui laman youtube.com. konsep analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Miles, Huberman dan Saldana (2014 dalam Armando 2017) yaitu menganalisis data dengan tiga langkah: kondensasi data (*data condensation*), menyajikan data (*data display*), dan menarik simpulan atau verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teori untuk menguji keabsahan penelitian.

## **D. HASIL PENELITIAN DAN**

### **PEMBAHASAN 1. Profil Metro TV dan CNN**

#### **Indonesia a. Metro TV**

METRO TV merupakan televisi dengan format berita pertama dengan jam tayang 24 jam didirikan pada tanggal 25 November 2000. METRO TV adalah anak perusahaan dari Media Grup kepemilikan Surya Paloh. Tujuan didirikannya Metro TV ini adalah untuk memberikan informasi dan berita menyebar ke seluruh wilayah Indonesia. Tidak hanya informasi yang berupa berita yang disiarkan dalam tiga bahasa, Metro TV juga menyiarkan program non berita yang bersifat edukatif. Visi Metro TV yakni mencapai peringkat nomor satu untuk kualitas dan pengiriman berita serta tingkat loyalitas yang sangat tinggi dari kedua pemirsa dan pengiklan.

#### b. CNN Indonesia

CNNIndonesia.com adalah perusahaan berita hasil kerja sama Trans Media dengan Turner Internasional. CNN mulai bergabung dibawah naungan Trans Corp pada tahun 2014. Selain konten internasional, CNN Indonesia juga menayangkan konten lokal dengan konsep inovatif. Fokus konten CNN Indonesia sebenarnya pada berita secara umum. Yakni bismis olahraga, hiburan dan teknologi. Tidak hanya kata-kata, CNN Indonesia juga menampilkan grafis gambar serta tabel. CNN Indonesia juga menyebutkan bahwa mereka berusaha untuk mengungkapkan fakta dengan jelas apa adanya dengan mengesampingkan bias.

## 2. Hasil Penelitian

Seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya, bahwa penelitian mengenai pembungkaman Presiden Joko Widodo selama menjelang pemilihan umum berlangsung, akan diambil dari hasil rekaman yang diunggah melalui youtube.com masing-masing kanal Metro TV maupun CNN Indonesia. Video yang diambil akan dipilih berdasarkan topik seputar kampanye, debat antar kandidat dan pemilihan umum pada bulan Februari hingga April 2019. Dari hasil penelitian tersebut akan dianalisis berdasarkan prespektif analisis framing Goffman dan dapat dilihat bagaimana upaya normalisasi stigma yang dilakukan.

Seperti yang diketahui bahwa stigma yang diberikan kepada Presiden Jokowi pada penelitian ini adalah ideology stigma yakni Jokowi PKI, religion stigma yakni Jokowi anti islam, ethnic stigma yakni Jokowi antek Cina. Selain itu, peneliti juga menemukan stigma lain yang diberikan kepada beliau yakni Jokowi curang, dan Jokowi di cap tidak bias menjalankan pemerintahan karena kurang ideal dan terlihat kurus. Berdasarkan teori stigma Goffman, stigma fisik Jokowi termasuk kedalam jenis abomination of the, tribal stigma yakni Jokowi anti islam dan Jokowi antek Cina.

#### 1. Stigma Jokowi tidak memenuhi persyaratan ideal karena kurus.

Stigma ini termasuk kedalam body stigma dan pernah dikemukakan oleh Ali Muchtar Ngabalin dalam video yang diunggah pada 4 Desember 2018 (<https://www.youtube.com/watch?v=O3twOxaWr0o>). Skenario ini sebenarnya

sudah diangkat pada saat pemilihan Presiden 2014 yang kemudian diangkat kembali pada pemilihan umum 2019. Stigma ini kemudian dijawab oleh berita yang diunggah pada laman youtube CNN Indonesia yakni video yang berjudul Penjahit Langganan Presiden Jokowi (<https://www.youtube.com/watch?v=zUajFAVgLQ>). Pada video tersebut Presiden Jokowi mengatakan bahwa dirinya lebih gemuk dan bajunya dirasa sudah tidak muat dengannya. Video ini menunjukkan bahwa Presiden Jokowi ingin menjawab tentang stigma yang diberikan kepada dirinya tersebut.

## 2. Stigma Jokowi Anti Islam

Stigma ini termasuk kedlama jenis stigma yakni tribal stigma. Stigma ini terbentuk dengan berdasarkan pada track record Jokowi dimulai dari menjadi Walikota Solo dengan menggandeng wakil dari kalangan non islam, kemudian saat menjadi Gubernur DKI Jakarta yang juga menggandeng dari kalangan non islam. Menyikapi hal ini, beberapa tindakan yang dilakukan adalah Jokowi terlihat mengenakan baju muslim di beberapa kesempatan, menjadi imam sholat dan melakukan kegiatan umroh. Selain itu, ada pemilihan Presiden 2019, Jokowi menggandeng tokoh muslim yakni ketua MUI Ma'ruf Amin sebagai Wakil Presiden.





Gambar 4.1 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi mengenakan kopyah Sumber : Laman [youtube.com/MetroTV](https://www.youtube.com/MetroTV)



Gambar 4.2 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi berdoa bersama Ma'ruf Amin Sumber : Laman [youtube.com/CNNIndonesia](https://www.youtube.com/CNNIndonesia)



Gambar 4.3 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi menjadi imam sholat Sumber : Laman [youtube.com/CNNIndonesia](https://www.youtube.com/CNNIndonesia)



Gambar 4.4 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi melaksanakan ibadah umroh Sumber : Laman youtube.com/CNNIndonesia

## 2. Stigma Jokowi antek Cina

Stigma ini termasuk juga kedalam jenis stigma tribal stigma. Isu ini berawal dari semakin banyaknya tenaga kerja Cina yang masuk ke Indonesia dan Presiden Jokowi membuka pintu lebar untuk pada investor dari luar negeri terutama dari Cina. Kemudian isu ini diperkuat dengan memilih wakil gubernur dari ras keturunan Cina yang kemudian terkait kasus penistaan agama dan aksi 212. Menjawab stigma ini, Jokowi diberitakan geram dan kesal. Tak hanya disitu, Jokowi juga langsung mengkonfirmasi bahwa masuknya TKA dari Cina yang banyak dengan tujuan membuka pintu investasi untuk lapangan kerja seluas-luasnya dan menggaet wisatawan dari luar untuk ke Indonesia.



Gambar 4.5 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi sedang berkampanye Sumber : Laman youtube.com/MetroTV

Pada cuplikan video diatas beliau pun menyampaikan klarifikasi secara langsung bahwa beliau bukanlah antek aseng, namun orang yang selalu ingin mengutamakan kepentingan rakyat.

### 3. Stigma Jokowi PKI

Stigma ini dikategorikan sebagai ideology stigma. Isu ini bermula pada pemilihan Presiden 2014 dimana sebuah media cetak swasta membeberkan tentang silsilah keluarga Presiden Jokowi yang mengatakan bahwa Presiden Jokowi adalah keturunan pimpinan PKI di Boyolali dan ibunda beliau yang juga termasuk anggota Gerwani. Kemudian tuduhan ini diperkuat dengan anggapan bahwa Presiden Jokowi tidak pernah benar-benar membuka silsilah keluarganya. Yang beliau lakukan hanya mengkonfirmasi bahwa ayahnya adalah pengrajin bamboo dan kedua orangtuanya mendidik beliau dengan baik terutama dalam bidang pendidikan (dirangkum dari tempo.com, historia.id dan facebook.com).

Untuk menjawab stigma ini, Presiden Jokowi tidak henti-hentinya mengkonfirmasi dan klarifikasi bahwa dirinya bukanlah keturunan PKI. TKN juga menyampaikan bahwa isu ini menjadi perhatian karena terbukti isu ini adalah salah satu isu yang diangkat kembali dari pemilihan Presiden 2014 lalu.



Gambar 4.6 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi sedang berkampanye

Sumber : Laman youtube.com/MetroTV





Gambar 4.7 Cuplikan video yang menggambarkan Jokowi sedang berkampanye

Sumber : Laman [youtube.com/CNNIndonesia](https://www.youtube.com/CNNIndonesia)

Video unggahan CNN Indonesia diatas memberitakan kedua paslon menceritakan tentang fitnah dan isu yang dilontarkan oleh masing-masing pendukung calon. Berita ini ingin menggambarkan bahwa pertama, kedua paslon sangat perhatian terhadap isu-isu dan berita bohong, kedua, berita ini seakan memperlihatkan kedua paslon sedang mengklarifikasi satu sama lain.

## 2. Pembahasan

Permasalahan pada penelitian ini akan dilihat dari sudut pandang social framework sesuai dengan teori Goffman yakni frame analysis. Mengacu pada penjelasan Goffman bahwa analisis framing didasarkan pada pertanyaan “what is going on here?” dengan prespektif social framework, maka jawaban dari pertanyaan tersebut adalah sebuah upaya normalisasi stigma. Secara tidak langsung, framing yang dilakukan dan citra Presiden Jokowi yang dibentuk adalah upaya untuk menormalisasi, menutupi, dan menekan stigma yang saat itu sangat gencar sekali ditujukan kepada beliau.

Isu yang dilabelkan kepada Presiden Jokowi adalah contoh stigma yang dapat didiskreditkan . Hal ini dikarenakan label tersebut bukan termasuk cacat fisik melainkan karena perbedaan orientasi. Stigma ini tidak terbukti kebenarannya dan pemberian label tersebut terjadi pada tahun politik dan bisa dipandang sebagai kepentingan pada tahun pemilihan umum. Permasalahan isu yang diterima oleh Presiden Jokowi menjelang pemilihan umum 2019 meliputi Jokowi sebagai antek aseng, Jokowi anti Islam, Jokowi anak PKI, dan lain sebagainya. Dampak dari

adanya isu tersebut terbukti menurunkan elektabilitas Presiden Jokowi hingga memunculkan kampanye tagar #2019gantiPresiden yang ramai di media sosial. Secara pribadi, Presiden Jokowi menyangkal semua isu yang diberikan kepada beliau. Akan tetapi seluruh koalisi Presiden Jokowi tidak ingin tinggal diam. Menjadi bagian dari koalisi Presiden, tentunya upaya menekan isu, menjawab isu dan menutupi isu. Maka, upaya normalisasi stigma perlu dilakukan dengan tujuan kenaikan elektabilitas dan mencegah penyebaran berita hoax dan isu yang ditujukan kepada beliau. Selanjutnya, media-lah yang menjadi key atau kunci penting dari berhasil atau tidaknya upaya normalisasi tersebut.

Adapun teori normalisasi stigma yang juga dijabarkan oleh Goffman mencakup tiga hal yakni covering, information control dan passing. Pada permasalahan ini, Presiden Jokowi tidak melakukan passing atau perpindahan akan tetapi memaksa orang lain untuk melakukan passing yang mana awalnya menjadi kubu oposisi kemudian diberikan posisi pada pemerintahan sehingga bisa ikut menjadi bagian keberhasilan normalisasi yang dilakukan oleh Presiden Jokowi. Berikut adalah upaya normalisasi stigma yang dilakukan oleh Presiden secara pribadi maupun dengan bantuan framing media. A. Covering

Covering disini dilakukan oleh Presiden Jokowi secara langsung dengan personal appearance, kemudian covering ini diperkuat dan dilakukan dalam skala luas untuk ditunjukkan kepada masyarakat melalui dan berkat media. Covering dilakukan dengan membuat citra Presiden Jokowi mulai dari penampilan, tutur bahasa serta perilaku beliau. Metro TV dan CNN Indonesia membingkai beliau menjadi sosok yang sederhana, santai, berkasih sayang dan taat beragama dengan mengidentikkan kemeja putih, jaket jeans, topi, kopyah, perjalanan umroh serta menggendong cucu terbukti dengan cuplikan video berikut :

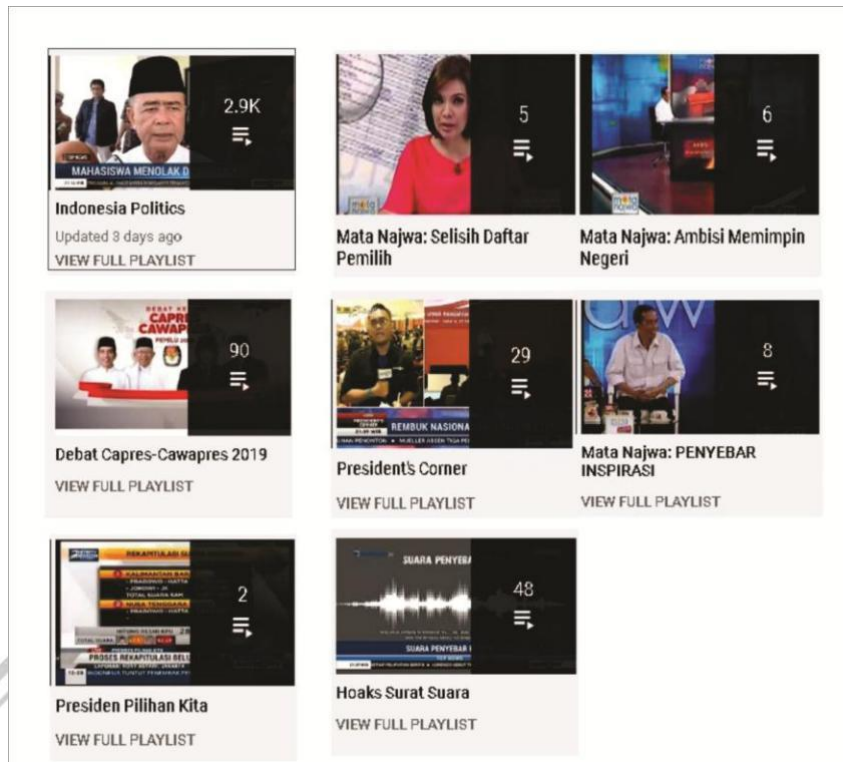


Gambar 4.8 Jokowi digambarkan dengan sosok sederhana, santai dan taat beragama

Pada cuplikan tersebut dapat diketahui bahwa citra yang ingin ditampilkan adalah kemeja putih yang menggambarkan identitas beliau, yakni kampanye menggunakan pakaian putih, akan tetapi pakaian serba putih ini ingin menunjukkan sosok kerapian, formalitas yang tidak berlebihan, sederhana dan fleksibel. Kemudian Presiden Jokowi pada beberapa cuplikan video berita juga diperlihatkan mengenakan kopyah menunjukkan dan video beliau saat beribadah untuk menutupi stigma yang ditujukan kepada beliau yakni stigma anti islam. Selain itu pada Metro TV, ada video kesaksian dari beberapa tokoh keagamaan yang memuji dan mengklarifikasi yang menjadi penguat keislaman beliau.

Pada saat peneliti membuka kanal Metro TV pada website youtube.com, peneliti langsung menuju pada daftar putar video yang telah diunggah dan menemukan beberapa video yang dikumpulkan dan ditata menjadi satu berkas. Akan tetapi, pemilihan kata untuk memberi nama berkas tersebut cukup menggambarkan bagaimana pembingkai yang dilakukan oleh Metro TV tentang Presiden Joko Widodo, yakni Presiden's Corner, Presiden Pilihan Kita, dan Penyebar Inspirasi yang digambarkan dengan sampul mewawancarai Presiden Jokowi.





Gambar 4.9 Daftar Putar kanal Metro TV pada website youtube.com

Dapat dilihat pada gambar diatas, Metro TV ingin menunjukkan bahwa Presiden Jokowi adalah sorotan utama. Program Presiden Pilihan Kita adalah program yang dikhususkan untuk membahas Presiden Jokowi, kemudian dibuat kembali program dengan topic serupa yakni Presiden's corner. Kedua program ini memperlihatkan bahwa Metro TV sangat condong kepada Presiden Jokowi dengan menempatkannya sebagai prioritas. Kemudian berkas Mata Najwa : Penyebar Inspirasi digambarkan dengan sampul Presiden Jokowi untuk membentuk citra Presiden Jokowi sebagai sosok inspiratif.

Jika dilihat kembali teori Goffman analisis framing tentang keying yakni Make believe. Melalui kedua media yakni Metro TV dan CNN Indonesia, masyarakat ingin diyakinkan, bahwa sosok Presiden Jokowi adalah sosok pemimpin yang dekat dengan rakyat, memprioritaskan kepentingan rakyat dan kesejahteraan rakyat dengan program-program beliau, dan taat beragama. Hal ini dibuktikan dari beberapa cuplikan video seperti Kunjungan ke Solo, Jokowi Ajak Main Jan Ethes Diunggah pada 4 April, Jokowi Kampanye di Dumai, Ma'ruf di Magelang Diunggah tanggal 29 Maret, Jokowi Janji Jalur KA di Kalimantan, Sandi Janjikan



OKE OCE Nasional diunggah tanggal 29 Maret, Jokowi Di Mata Akbar Tanjung diunggah tanggal 6 Februari, Keislaman Jokowi Dipuji Ustad Yusuf Mansur diunggah tanggal 9 Februari, Kesaksian Guru Ngaji Jokowi diunggah tanggal 12 Maret.

Melalui media pula, masyarakat ingin diyakinkan bahwa isu, hoax dan fitnah yang ditujukan kepada Jokowi tidak benar, dengan memberikan pesan seperti pencegahan, penolakan dan himbauan agar tidak mempercayai adanya isu dan berita bohong tersebut. Hal ini seperti yang ditunjukkan pada sebagian besar video yang diunggah Metro TV dan beberapa video yang diunggah CNN Indonesia tepat menjelang pemilihan umum.

#### B. Information Control

Kontrol informasi juga dilakukan berupa kampanye pencegahan, penolakan serta himbauan kepada masyarakat agar tidak mempercayai isu-isu yang ada. Ketika beliau diberi label sebagai anti islam, dengan segala upaya beliau tunjukkan dalam keseharian dan persaksian orang lain, seperti yang diberitakan di media bahwa beliau adalah orang yang taat beragama. Contoh lain isu mengenai Presiden Jokowi sebagai antek aseng, pada video yang berjudul Jokowi

Sampaikan Hasil Kinerjanya ke Alumni SMA Jakarta Bersatu yang diunggah tanggal 10/2/19, beliau menyampaikan klarifikasi secara langsung bahwa beliau bukanlah antek aseng, namun orang yang selalu ingin mengutamakan kepentingan rakyat. Label terakhir yang diberikan adalah Presiden Jokowi adalah PKI seperti pada video berjudul Curhat Jokowi-Prabowo Dituduh PKI & Khilafah diunggah pada 31/3/19, dapat dilihat bahwa begitu kuatnya tekanan yang diterima mengenai label yang diberikan kepada masing-masing pendukung kedua kandidat.

Ada narasi yang terus menerus diulang-ulang bahkan adanya jumlah yang banyak mengenai pemberitaan mengenai Jokowi pada media televisi Metro TV di tanggal yg sama, yakni tentang pencegahan dan himbauan untuk tidak mempercayai isu-isu, hoax dan fitnah yang ditujukan kepada Presiden Jokowi. Hal ini seolah menunjukkan bahwa perhatian tentang masalah berita bohong, isu dan fitnah lebih ditekankan daripada pemberitaan mengenai rencana kinerja Presiden Jokowi

apabila menjadi Presiden kembali di periode kedua. Yang kedua, asumsi bahwa pengulangan narasi pencegahan dan himbauan tersebut menunjukkan bahwa melalui media yakni Metro TV, Jokowi ingin menyangkal semua tuduhan dan mengklarifikasikan kebohongan itu dengan kegiatan lain yang bersifat kebalikan dari berita bohong yang beredar.

Berbeda dengan Metro TV, CNN Indonesia menyajikan berita dengan mengambil dua sisi yakni kubu petahana dan kubu oposisi.



Gambar 4.10 Daftar Putar kanal CNN Indonesia pada website youtube.com

Dalam setiap berita yang diunggah, selalu menggabungkan informasi dari dua kubu tersebut dan meletakkan prioritas berita pada judul headline kata pertama. Jika prioritas perhatian ditujukan kepada Jokowi, maka kata Jokowi akan muncul pertama kali di judul headline, begitu pula sebaliknya. Kemudian perbedaan selanjutnya adalah pada masa pemilihan umum, CNN menyajikan informasi seputar program kerja kedua paslon, tidak berfokus pada citra paslon atau bahkan mengangkat isu masing-masing paslon. Walaupun ada beberapa berita yang cenderung menunjukkan keberpihakan. Akan tetapi narasi yang sama juga dilakukan yakni perhatian tentang himbauan untuk tidak mempercayai, mencegah, dan menghentikan isu dan hoax yang ditujukan kepada Presiden.

Kedua, media dalam hal ini berperan penting selain menjadi alur komunikasi dari pemerintah ke rakyat dan sebaliknya, media berperan sebagai kontrol sosial, kontrol informasi atau bahkan (buruknya) sebagai medan perang antar kedua kontestan politik. Pemerintah melalui media merasa perlu untuk menghentikan, mencegah dan menghilangkan isu, berita bohong dan fitnah yang ditujukan,

terutama kepada Presiden. Permasalahan isu, hoax dan fitnah ini terbukti menimbulkan perpecahan pada rakyat, rakyat menjadi terbiasa melakukan hate speech baik dalam hubungannya secara langsung antar masyarakat maupun pada sosial media. Makanya, perhatian mengenai pencegahan, pemberantasan dan himbauan untuk hoax masyarakat melalui media ini diulang-ulang bahkan bagi kedua televisi ini yakni Metro TV dan CNN Indonesia.

Hal ini seperti yang ditunjukkan pada video Waspada propaganda rusia di pilpres. diunggah tanggal 4/2/19, Jokowi: Sebarkan Dusta, Kebohongan, Hoax Sebanyak-banyaknya Karena Memakai Konsultan Asing diunggah tanggal 7/2/19, Ulama dan Pimpinan Ponpes se-Tanah Laut Dukung Jokowi-Ma'ruf Diunggah tanggal 31/3/19, Jokowi Gelar Kampanye Terbuka di Lapangan Karebosi Makassar Diunggah tanggal 31/3/19 Jokowi Kampanye di Dumai, Ma'ruf di Magelang Diunggah tanggal 29/3/19. Deklarasi PKPI Dukung Jokowi-Ma'ruf di Cianjur Diunggah tanggal 23/3/19. Jokowi Sapa Masyarakat Tegal di Tengah Guyuran Hujan Diunggah tanggal 4/4/19 Warga Indramayu Antusias Sambut Jokowi Diunggah tanggal 5/4/19 Jokowi Geram Pidato Prabowo Ibu Pertiwi Diperkosa, Jokowi: Ibu Pertiwi Sedang Berprestasi! Diunggah tanggal 8/4/19.

Berbeda dengan Metro TV, CNN Indonesia menyajikan berita dengan mengambil dua sisi yakni kubu petahana dan kubu oposisi. Dalam setiap berita yang diunggah, selalu menggabungkan informasi dari dua kubu tersebut dan meletakkan prioritas berita pada judul headline kata pertama. Jika prioritas perhatian ditujukan kepada Jokowi, maka kata Jokowi akan muncul pertama kali di judul headline, begitu pula sebaliknya. Kemudian perbedaan selanjutnya adalah pada masa pemilihan umum, CNN menyajikan informasi seputar program kerja kedua paslon, tidak berfokus pada citra paslon atau bahkan mengangkat isu masing-masing paslon. Walaupun ada beberapa berita yang cenderung menunjukkan keberpihakan. Akan tetapi narasi yang sama juga dilakukan yakni perhatian tentang himbauan untuk tidak mempercayai, mencegah, dan menghentikan isu dan hoax yang ditujukan kepada Presiden.

Selain upaya pencegahan, upaya ofensif juga dilakukan yakni dengan menangkap sejumlah tersangka penyebaran pemberitaan hoax seperti pada video berjudul Selain MCA Bareskrim Polri Tangkap Penyebar Hoaks dan Isu SARA

Lainnya diunggah pada 8 Maret 2018, Polisi Tangkap Pelaku Penyebar Kebencian pada 27 Februari 2018 oleh CNN Indonesia, Polisi Tangkap Penyebar Hoaks Server KPU Bocor diunggah pada 17 Juni 2019 oleh Metro TV, Polisi Kembali Tangkap Penyebar Hoaks 7 Kontainer Surat Suara Tercoblos diunggah pada 8 Januari 2019 oleh Metro TV, Ternyata Anggota BPN! Polisi Tangkap Penyebar Hoaks Brimob Aniaya Perusuh Bawah Umur diunggah pada 26 Mei 2019 oleh Metro TV, Pelaku Penyebar Ujaran Kebencian Ditangkap Polisi diunggah pada 9 Oktober 2017 oleh CNN Indonesia, Polda Jatim Ciduk Penyebar Hoaks diunggah pada 7 April 2019 oleh CNN Indonesia dan lain sebagainya.

Berita-berita penangkapan tersebut disiarkan dan diunggah hamper diseluruh televisi swasta nasional. Berita tersebut juga dibahas dan diulang-ulang beberapa hari dengan narasi yang sama yakni penangkapan penyebar atau pembuat berita hoax yang bersumber pada media social instagram, facebook dan whatsapp. Berdasarkan dari ketiga platform media inilah tersangka dan terduga tersebut ditangkap. Menjadi sorotan karena pemerintah seakan sangat concern terhadap penyebaran berita hoax terutama mengenai Presiden Jokowi. Diharapkan dengan adanya kontrol informasi, pencegahan penyebaran berita hoax dan stigma serta tindakan ofensif dapat menekan dan mengurangi stigma yang diberikan kepada Presiden Jokowi.

Tak hanya menangkap pelaku penyebar hoax, beberapa media oposan yang memberitakan isu dan stigma mengenai Presiden Jokowi dihapus oleh pemerintah. Hal ini seperti yang terjadi pada permasalahan video yang diunggah berisi tentang Ali Moechtar Ngabalin yang pada waktu masih menjadi oposan ikut menyebarkan stigma dan isu mengenai Presiden Jokowi. Akan tetapi video asli yang sempat diunggah ke platform YouTube tersebut tidak bisa ditemukan.

Selanjutnya, media sebagai medan perang kontes pemilihan umum oleh dua kandidat. Informasi yang diberikan oleh media dibatasi hanya seputar visi misi, kampanye, program kerja atau bahkan seperti yang terjadi pada konteks penelitian ini adalah media sebagai sarana untuk memperbandingkan kedua kandidat baik dengan cara positif maupun negative. Secara positif, media membandingkan kinerja, visi misi, atau program kerja. Secara negative, yang dibandingkan adalah personal kedua kandidat. Dengan cara inilah, kemudian dapat diketahui

elektabilitas dari masing-masing kandidat dan para elit politik dapat menentukan strategi selanjutnya.

Ketiga, masyarakat ingin melihat bagaimana pasangan calon yang maju menjadi kandidat Capres dan Cawapres meyakinkan dari segi kepribadian dan program kerja yang akan dilakukan. Media tidak menyia-nyiakan kesempatan dan momentum ini, untuk menampilkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat. Namun, kedua media ini berbeda dalam penyampaiannya. CNN Indonesia terlihat berimbang dan selalu menyampaikan kedua visi misi dan kinerja kedua paslon, sedangkan Metro TV yang mana pemiliknya adalah ketua salah satu partai koalisi kerja Jokowi, terlihat selalu menyampaikan hanya pada sisi Jokowi. Bahkan pada saat program talk show pun narasumber yang dipilih kebanyakan berasal dari koalisi kerja Jokowi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Metro TV ingin meningkatkan elektabilitas Jokowi dengan menjadikannya sebagai sorotan utama di setiap berita pemilu yang disajikan.

Walaupun hal ini didasarkan tentang kepentingan politik, dampak yang terjadi adalah atmosfir yang ada di masyarakat sangat panas. Masyarakat saling melemparkan ujaran kebencian dan hujatan, tidak hanya kepada Presiden yang memang sudah dilabeli dengan stigma, akan tetapi hal ini juga terjadi antar pendukung kedua kubu kandidat. Seperti yang telah diketahui, label “cebong” diberikan untuk pendukung Presiden Jokowi dan label “kampret” diberikan untuk pendukung kandidat lain. Masyarakat seolah terpecah dua, hanya dikarenakan perbedaan pilihan Presiden. Ada yang saling bermusuhan antar tetangga, antar teman kerja bahkan antar pasangan.

Situasi ini menggambarkan bahwa masyarakat menjadi saling lempar label atau stigma dengan modus kepentingan politik. Masyarakat yang tidak mengetahui kebenaran, kemudian terbawa arus sehingga mempercayai isu yang saling dilontarkan. Akan tetapi tidak hanya masyarakat yang saling lempar isu, media pun juga melakukan hal serupa seperti framing dengan penggunaan kalimat dan topic yang secara tersirat juga merupakan sindiran, hujatan bahkan pencemaran citra untuk menurunkan elektabilitas lawan dalam konteks tahun pemilihan umum.

Pernyataan yang ditujukan untuk Prabowo adalah stigma pesimis, kampanye hitam, belum berpengalaman dan ahli penyebaran berita hoax. Ini menjadi perhatian khusus, kenapa topic penelitian ini diangkat. Keadaan ini menunjukkan bahwa demokrasi Indonesia adalah demokrasi yang saling ujar kebencian, saling lempar isu dan saling berlomba-lomba dalam pemberian label. Dan hal ini ditunjukkan dan ditayangkan secara terus menerus melalui media.

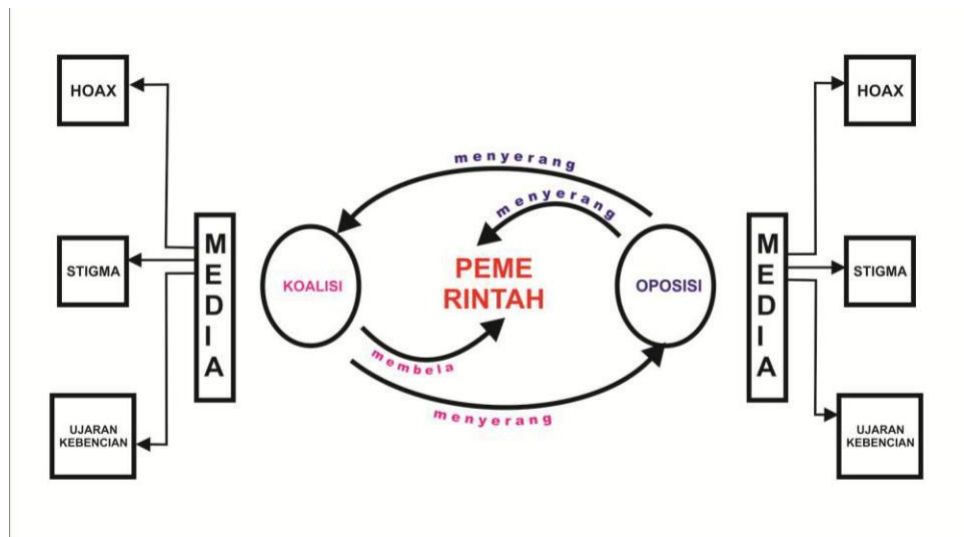
### C. Passing

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya diatas, bahwa passing disini tidak dilakukan oleh Presiden Jokowi akan tetapi dilakukan oleh orang lain yang notabene awalnya berasal dari kubu oposisi. Contoh passing ini dilakukan oleh seperti yang dilakukan oleh Ali Moechtar Ngabalin dan La Nyalla Mattalitti. Keduanya berasal dari kubu oposisi dan pernah menyebarkan isu dan stigma mengenai Presiden Jokowi. Pada saat itu Ngabalin yang berasal dari Partai Golkar dan menjadi Timses Prabowo pada pemilu 2014 kemudian menjadi Bagian Staff Kepresidenan dan menjadi salah satu Jubir Istana. Hingga saat ini beliau aktif menyuarakan berita positif tentang pemerintah, membela Presiden Jokowi hingga memberikan kesaksian atas berita hoax mengenai Presiden Jokowi.

Sedangkan La Nyalla Mattalitti yang dulunya juga ikut menyebarkan isu Presiden Jokowi adalah Fitnahnya adalah bahwa Jokowi anggota Partai Komunis Indonesia (PKI), pemeluk agama Kristen, serta keturunan China sekarang menjadi Ketua DPD dan juga aktif dalam membela Presiden Jokowi (sumber : CNN Indonesia).

Peneliti kemudian melihat adanya sebuah siklus dan pola yang terjadi mengenai penyebaran stigma seta normalisasi yang terkait dengan tahun-tahun politik.





Gambar 4.11 Siklus stigma pada tahun tahun politik

Gambar diatas menunjukkan bahwa dua sisi pemerintah melakukan agenda setting terutama pada tahun politik. Jika masuk kedalam koalisi pemerintah maka akan membela pemerintah dengan melakukan normalisasi stigma dan menyerang kembali oposisi berupa berita hoax, stigma dan ujaran kebencian. Kedua sisi ini melakukan melalui media baik media konvensional seperti yang dilakukan oleh Metro TV yang menstigma Prabowo dan melalui media online seperti media social yakni Instagram, Whatsapp dan Facebook.

Sebaliknya jika termasuk oposisi pemerintah maka yang dilakukan adalah menyerang pemerintah dan menyerang koalisi pemerintah berupa stigma, berita hoax dan ujaran kebencian pula tanpa melakukan normalisasi stigma akan tetapi resiko yang mungkin didapat adalah penangkapan seperti yang sudah terjadi sebelumnya. Akan tetapi pendukung dari kedua sisi juga saling menyerang satu sama lain menggunakan berita hoax, ujaran kebencian dan stigma dengan label cebong sebagai pendukung koalisi pemerintah dan label kampret sebagai pendukung oposisi pemerintah.

Jika siklus ini diterapkan pada tahun politik saat ini yakni 2020, maka selanjutnya yang akan menjadi perhatian adalah Pemilihan Gubernur 2022. Pemberitaan media saat ini berpusat pada ketiga Gubernur di Indonesia yakni Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil, Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan dan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo. Ketiganya juga mengalami hal serupa seperti yang dialami oleh Presiden Joko Widodo yakni ujaran kebencian, hoax dan



stigma sehingga dapat diprediksikan bahwa siklus stigma akan terulang kembali pada pemilihan gubernur nanti.

Kedua media disini memperlihatkan kepentingannya masing-masing. Metro TV yang merupakan koalisi pemerintah dilihat dari Surya Paloh yang merupakan ketua partai Nasdem, memiliki kepentingan politik dengan memberikan informasi-informasi yang positif dan melakukan normalisasi stigma atas isu yang diberikan kepada Presiden Jokowi, akan tetapi setelah sekarang Presiden Jokowi terpilih kembali dan Partai Nasdem tidak termasuk kedalam jajaran koalisi kemudian pemberitaan Metro TV kembali seperti biasanya.

Sedangkan CNN Indonesia yang terlihat sangat berimbang diawal namun diakhir juga melakukan normalisasi stigma dengan covering dan information control memperlihatkan bahwa CNN Indonesia tidak sepenuhnya memiliki kepentingan politik akan tetapi juga tidak berusaha untuk terlihat oposisi. CNN Indonesia hanya bertindak kapitalis, memberikan pemberitaan sesuai dengan keinginan pasar.

Diakhir, Goffman juga menjelaskan pada teori Analisis framing bahwa sebuah pertunjukan yang baik telah melewati latihan panjang. Jika yang dibicarakan adalah media berbasis video, maka ada proses tahapan produksi, dimulai dari persiapan yang kompleks, seperti pemilihan kru, penulisan naskah, penentuan tata lokasi, pemilihan actor dan lain-lain, proses pengambilan gambar hingga proses editing, yang menggabungkan semua elemen video, gambar, suara, efek dan teks menjadi sebuah video yang siap untuk ditayangkan. Persetujuan penayangan juga diperlukan selain dari quality control yang ada di perusahaan atau yang disebut pada media televisive bagian master control room tapi juga persetujuan lembaga sensor.

Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh video yang sudah diunggah dan ditayangkan oleh kedua televisive ini adalah hasil technical redoings. Artinya, banyak hal yang dibuat, disusun bahkan ditambah atau dikurangi selama proses produksi atau bahkan melakukan retake atau pengulangan pengambilan gambar. Terdapat kemungkinan yang besar, berita yang ditampilkan oleh kedua televisive ini tidak benar-benar terjadi, atau memang benar-benar terjadi. Ada realitas media yang dibangun dalam membentuk berita-berita tersebut.

Bagi masyarakat yang tidak mengetahui tentang isu-isu yang beredar di media sosial yang menjatuhkan nama Presiden Jokowi akhirnya menjadi tahu karena topic tersebut yang selalu dibahas di media televisi. Sebaliknya, masyarakat yang sudah mengetahui adanya isu tersebut seolah diklarifikasikan bahwa hal tersebut tidak benar melalui media televisi. Dalam hal ini, media massa telah melakukan peranannya menjadi bagian dari agenda setting pemerintah. Karena seperti yang diharapkan, Jokowi-lah yang menjadi pemenang dalam Pilpres 2019-2024. Hal ini juga menunjukkan bahwa strategi normalisasi yang dilakukan untuk stigma terhadap Presiden Jokowi berhasil dilakukan.

Peneliti ingin menambahkan bahwa teori Goffman tentang analisis framing ini sesuai dengan apa yang terjadi pada penelitian ini dan dapat diterapkan untuk jaman sekarang. Melalui teori ini, terdapat pembelajaran yang begitu berharga tentang posisi media dan realitas media. Apa yang terjadi yang sebenarnya, tidak bisa dikonfirmasi 100% kebenarannya kecuali memang dialami secara langsung. Ada campur tangan pemerintah atau power interest bahkan ideologi dan pesan tersirat yang ingin disampaikan oleh media dan melalui media kepada masyarakat terkait dengan agenda setting baik itu milik pemerintah atau milik media itu sendiri.

## **E. PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian, pembahasan, analisis serta triangulasi yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah kedua televisi yakni Metro TV dan CNN Indonesia dalam kacamata teori analisis framing Goffman telah melakukan upaya normalisasi stigma yakni covering berupa bahwa citra yang ditampilkan tentang Presiden Jokowi dengan pakaian putih, menunjukkan sosok kerapian, formalitas yang tidak berlebihan, sederhana dan fleksibel ;information control berupa pembatasan informasi hanya seputar visi misi, kampanye, program kerja, pencegahan pemberitaan hoax dan penyebaran isu dengan melakukan narasi himbauan untuk tidak percaya kepada pemberitaan hoax tersebut berulang-ulang serta melakukan tindakan ofensif berupa penangkapan tersangka penyebar berita hoax, ujaran kebencian dan penghinaan kepada

Presiden; dan passing yakni bukan Presiden Jokowi yang berpindah akan tetapi memaksa orang lain yang awalnya oposan menjadi bagian dari pemerintahan dan ikut andil dalam keberhasilan upaya normalisasi stigma terhadap Presiden Jokowi.

## 2. Saran

Saran yang ingin disampaikan oleh peneliti kepada media yang bersangkutan adalah untuk menjadi media yang berimbang, bukan hanya atas kepentingan semata tetapi juga menyajikan berita dan informasi yang memang dibutuhkan oleh masyarakat. Dan saran untuk masyarakat adalah jangan percaya 100% berita yang disampaikan baik oleh media mainstream, anti mainstream atau bahkan media sosial sampai berita tersebut dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Peneliti merasa penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, apabila ada kritik, saran, dan tambahan serta bahan dari peneliti lain kedepan akan sangat membantu kesempurnaan penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_. 2002. *Konstruksi, Ideologi, Politik Media dan Analisis Framing*. Yogyakarta : LKIS
- \_\_\_\_\_. 2005. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta : LKIS
- Adhi, SBP. 2013. *Analisis Wacana Kritis Pesan Berita Televisi Metro TV dalam Pemberitaan Kasus Pengeboman Gereja di Solo*. Solo
- Arikunto, Sharsimi. 2006. *Metodolgi Penelitian*. Yogyakarta : Bina Aksara
- Armando, Jerry. 2017. *Transitivitas Dan Konteks Situasi Teks Bacaan Buku Bahasa Inggris Kelas X*. Medan
- Asri, Pratiwi. 2012. *Framing Berita Gayus Tambunan di Surat Kabar Media Indonesia dan Republika*. Jurnal Komunikologi
- Bachtiar, Wardi. 2006. *Sosiologi Klasik Dari Comte hingga Parsons*, Bandung, Remaja Rosdakarya. Hal 146
- Berger, Peter L. & Thomas Luckmann. 1990. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan (diterjemahkan dari buku asli The Social Construction of Reality oleh Hasan Basari)*. Jakarta: LP3ES.
- Brown, J.D. 1998. *The Self*. Massachusetts: Mc.Graw Hill Inc.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Burn, R.B. 1993. *Konsep Diri: Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. Alih Bahasa Eddy. Jakarta: Arcan.
- Canggara, Hafied. 2014. *Komunikasi Politik : Konsep, Teori dan Strategi*. Edisi 2014. Depok : Rajawali Pers
- Dayan, Daniel and Katz. 1996. *La television ceremonielle*. Paris : PUF
- Dewi, Amritha SZ. 2017. *Analisis Framing Berita Ahok atas Dugaan Kasus Penistaan Agama di Media Televisi TV One dan Metro TV periode November 2016-Maret 2017*. Jurnal Akademika STT Malang
- Eriyanto, 2012. *Analisis Framing: Konstruksi, ideologi, dan Politik Media* (Cet. XII Yogyakarta;PT LKIS Printing Cemerlang
- Gamson, William A. & Andre Mogdilians. 1989. *Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach*. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37.
- Gerbner, George. 1969. *Analysis of Communication Content*. dalam McQuail's *Mass Communicarion Theory* : 249.
- Hamad. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- Kridalaksana, Harimurti. 1993. *Kamus Linguistik*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Mahpuddin, 2009. *Ideologi Media Massa dan Pengembangan Civi Society*, jurnal Akademika Untad, hal. 193-194, ISSN 1411-3341
- Maltz, M. 1994. *The Magic Power of Self Image Psychology*. Bombay: Jaico
- MCCOMBS, Maxwell E and Shaw, Donald L. 1972. *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, in *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, No. 2. (Summer,
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6 buku 1 & 2, Jakarta, Penerbit Salemba Humanika
- Patria, Nezar dan Arief, Andi. 2003. *Antonio Gramsci : Negara dan Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Pilliang, Yasraf A. 2004. *Iklan, Informasi atau Simulasi : Konteks Sosial dan Kultural Iklan*. Jurnal Komunikasi MediaTor
- Ranney, Autin. 1990. *Governing : An Introduction to Political Science*. Prentice Hall
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2010. *Teori Sosiologi*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Ritzer, George. 2013. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta : Rajawali Pers
- Santoso, Danar Dwi. 2016. *Stigmatisasi Orang Tua Tunggal di Masyarakat*. Yogyakarta : UIN Yogyakarta
- Verhouvern, Jef. 1985. *Erving Goffman's frame. Analysis in relation to modern micro-sociological paradigms dalam Tenth World Congress Of Sociol*. Mexico
- [www.metrotvnews.com](http://www.metrotvnews.com)
- [www..cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)
- [www.youtube.com](http://www.youtube.com)
- Akun @Tragedimunir. 2014. *Syoknya Nasdem dan JK Setelah Tahu Jokowi PKI?* <https://id-id.facebook.com/notes/jakarta-baru/syoknya-nasdem-dan-jk-setelah-tahu-jokowi-pki/748214518557715/> diunggah pada 7 Juli 2014
- Ishaq, Zainal. 2019. *[Fakta atau Hoaks] Benarkah Ibunda Jokowi Merupakan Keturunan PKI?* <https://cekfakta.tempo.co/fakta/201/fakta-atau-hoaks-benarkah-ibunda-jokowi-merupakan-keturunan-pki> diunggah pada 5 April 2019
- Johari, Hendri. 2019. *Isu PKI Buat Jokowi*. <https://historia.id/politik/articles/isu-pki-buat-jokowi-DpwEZ> diunggah pada 15 April 2019



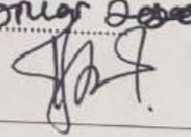
## LAMPIRAN

**HASIL CEK PLAGIASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

---

NAMA /NIM : Roidah Aff R. 201710270211008  
 PROGRAM STUDI : M. Sosiologi  
 NAMA FILE : CEK PLAGIASI → PRINT  
 HASIL CEK KE :

BAB	HASIL PROSENTASE	STANDART		LOLOS	TIDAK LOLOS
		S2	S3		
BAB 1		5 %	5 %		
BAB 2		20 %	15 %		
BAB 3		25 %	15 %		
BAB 4		10 %	5 %		
BAB 5		5 %	5 %		
BAB 6		5 %	5 %		
BAB 7		5 %	5 %		
BAB 8		5 %	5 %		
TANPA BAB	<b>32</b>	10%	10%	✓	
TUGAS		20%	15%		

Malang, 27 Februari 2020  
  
 Petugas Cek

